

现代旅游(饭店)



专业英语

魏丽华 肖洪根

暨南大学出版社

·现代饭店管理丛书·

现代旅游（饭店）专业英语
Modern Tourism English (Hotel)

魏丽华 肖洪根

暨南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代旅游 (饭店) 专业英语 / 魏丽华, 肖洪根.
—广州: 暨南大学出版社, 1998.10
(现代饭店管理丛书)
ISBN 7-81029-619-1

I. 现…

II. ①魏…②肖…

III. 管理学·旅游英语

IV. C939; H319

出版: 暨南大学出版社 (广州·石牌 510632)

排版: 暨南大学出版社照排中心

印刷: 广东嘉昱彩色印务有限公司印刷

发行: 新华书店

开本: 850×1168 1/32

印张: 11.75

字数: 29.5 万

版次: 1998 年 10 月第 1 版

印次: 1998 年 10 月第 1 次印刷

印数: 1—5000 册

定价: 20.00 元

内容简介

本书是一本突出读、写、译、说的综合性旅游专业高年级英语教材。

本教材内容涉及酒店管理，餐饮管理，旅游管理，旅游概论，旅游市场营销，旅游地理，旅游产品开发，英语导游，中国烹调，休闲与娱乐管理等旅游专业课程内容。

本书编排新颖，题材丰富，内容由浅入深，练习多样化，适合作为旅游专业院校综合性专业英语教材，同时也适用于旅游从业人员提高专业英语水平之自学教材和培训用书。

编委会名单

主 编：郑向敏

副主编：林清波 许慕韩

编 委：魏丽华 肖洪根 郑向敏 林清波
许慕韩 陈 江 薛志荣 吴俊伟
王 晖

《现代旅游管理丛书》总序

在旅游学科理论研究的深入和世界管理操作实务全面细化的同时,理论界与社会对旅游学科建设,学科理论的建立与完善,旅游企业宏、微观管理与理论应用等层面提出了更高的要求。为适应学科理论建设与管理实务的要求,我们结合理论教学和社会实践活动中的理性认识和感性认识,结合理论研究和经验总结,在宏观与微观、理论与应用等层面上编写了这套丛书。

这套丛书,内容既涉及到理论研究中的宏观管理问题,也涉及到实践应用中的微观管理层面,研究的范畴既涉及到基础理论的应用,也涉及到操作性极强的管理实务。丛书中的《现代饭店无形资源管理》大胆地触及了基础理论研究中的宏观管理的新范畴,有所创新,有所突破;《现代饭店筹备手册》首次总结了现代饭店管理中的新、老问题,为经营管理者提供了一个模式;《现代旅游(饭店)专业英语》突破了传统专业英语以情景对话的编写模式,采用较为宽广、更为专业化的编写方式,以满足高层次旅游(饭店)专业英语教学与自学的需要;《现代饭店康乐经营管理》从更微观、更细化的角度系统地论述和分析了现代饭店康乐管理的理论与实务;……

旅游学科的建设是在理论研究和实践应用中积累、发展和完善。旅游学科中的理论研究需要现代工作者不懈探索、大胆创新、不断突破,实践应用需要管理者长期积累、系统总结、勇于

挖掘。基于此目的，我们编写了这套丛书，奉献给读者，期望得到读者和同仁的批评与指正。

郑向敏

1998.5 于华侨大学

前 言

目前,国内尚无正式出版的、适合于高层次教学和自学的旅游专业英语教材。本书的出版填补了这一空白。

作者在多年的旅游英语教学中发现,目前国内流行的旅游英语教材多以旅游机构部门为线索,以情景对话为主要内容进行编写,且不适合于较高层次的教学。本教材依照在课文内容上由应用到理论、在英语语言上由浅入深、在理论概念范畴上由小到大的原则进行编写,以区别于目前流于形式的编写方式,旨在达到纠正“旅游英语就是旅游接待或饭店服务的情景对话”之误解。同时,在内容的组织上本书也采用较为宽广、更为专业化的旅游知识,以满足高层次旅游专业英语教学之要求。

本书分为上篇——酒店篇,中篇——旅游篇和下篇——综合篇,共18课,每课内容由Text A和Text B组成。Text A包括3000字左右的阅读文章,术语词表,疑难概念注释,综合练习;Text B在内容上由支持和巩固Text A的短文组成,并随着课文的深入由“酒店篇”的情景对话逐渐转到“旅游篇”的案例以及“综合篇”的阅读短文。课文内容以英语国家最新出版的旅游管理书籍或专业教科书为主要参照。同时,也在一定程度上考虑了目前我国旅游业发展的特色。

本书适用范围较广。旅游从业人员和掌握了有关的专业理论知识的旅游院校系的学生,可根据实际情况有的放矢地使用所需要的内容。本教材不仅能帮助读者提高旅游学科专业文献之阅读

能力，口头表述能力，书面表达能力，双语互译能力，且有助于读者了解和掌握旅游学科的新理论、新术语，开阔视野，提高专业英语水平。

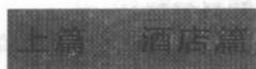
由于时间匆促和作者水平所限，编写之中纰漏在所难免，敬请读者不吝赐教。

作者

1997 年 10 月于华侨大学

目 录

总 序	(1)
前 言	(1)



第一课	(2)
课文 A 希尔顿连锁酒店的初创和发展	(2)
课文 B 情景对话 求职面试	(21)
第二课	(24)
课文 A 西雅图韦斯顿酒店前厅的成功	(24)
课文 B 情景对话 在接待处	(42)
第三课	(44)
课文 A 客房服务员:不再是一般的清洁女工	(44)
课文 B 情景对话 客房服务	(57)
第四课	(60)
课文 A 酒店餐饮管理	(60)
课文 B 情景对话 在餐厅	(76)
第五课	(79)
课文 A 走向酒店部门冲突的理论	(79)
课文 B 情景对话 进行惩处谈话	(101)
第六课	(104)
课文 A 客人投诉的积极作用	(104)
课文 B 情景对话 处理投诉	(121)

中篇 旅游篇

第七课	(124)
课文 A 旅游的界定和描述	(124)
课文 B 案例 旅行和旅游统计	(139)
第八课	(144)
课文 A 旅游区域与区域划分	(144)
课文 B 案例 地中海俱乐部	(156)
第九课	(160)
课文 A 旅游产品介绍	(160)
课文 B 案例 欧洲旅游年	(172)
第十课	(175)
课文 A 旅游市场营销策略	(175)
课文 B 案例 营销策略:肯培利酒店的市场细分化	(190)
第十一课	(193)
课文 A “新旅游”革命	(193)
课文 B 案例 旅游贸易对增进国际间的了解没有丝毫影响	(204)
第十二课	(207)
课文 A 旅游广告,公共关系以及推销宣传小册子	(207)
课文 B 案例 大不列颠哥伦比亚旅游广告	(221)

下篇 综合篇

第十三课	(226)
课文 A 对有导游的旅游团满意程度的衡量	(226)
课文 B 阅读短文 导游人员的职责	(242)
第十四课	(247)
课文 A 离港和抵港乘客:国际乘客	(247)
课文 B 阅读短文 解决离抵港乘客的问题	(259)
第十五课	(265)

课文 A 对有导游的旅游团满意程度的衡量	(226)
课文 B 阅读短文 导游人员的职责	(242)
第十四课	(247)
课文 A 离港和抵港乘客: 国际乘客	(247)
课文 B 阅读短文 解决离抵港乘客的问题	(259)
第十五课	(265)
课文 A 中国烹调及其风格	(265)
课文 B 阅读短文 中国名菜及饮食习惯	(284)
第十六课	(292)
课文 A 休闲的方法、种类及界定	(292)
课文 B 阅读短文 休闲与工作的关系	(311)
第十七课	(320)
课文 A 娱乐理论	(320)
课文 B 阅读短文 任何令人满意的感受都是娱乐吗? ...	
.....	(335)
第十八课	(338)
课文 A 以家庭为基础的休闲	(338)
课文 B 阅读短文 玩、娱乐和休闲之间的相似之处	
.....	(353)
参考书目	(357)

Contents

总 序	(1)
前 言	(1)

Part I Hotels & Restaurants

✓ Lesson One	(2)
Text A How It Started: The Growth Of The Hilton Chain	(2)
Text B Dialogue: Interviewing A Job Applicant	(21)
✓ Lesson Two	(24)
Text A Front Desk Success At The Westin Seattle ...	(24)
Text B Dialogue: At The Reception Desk	(42)
✓ Lesson Three	(44)
Text A The Executive Housekeeper: No Longer A Glorified Maid	(44)
Text B Dialogue: House Keeping Service	(57)
✓ Lesson Four	(60)
Text A Hotel Food & Beverage Management	(60)
Text B Dialogue: At The Dining Hall	(76)
✓ Lesson Five	(79)
Text A Towards A Theory Of Interdepartmental Conflict In Hotels	(79)

Text B Dialogue: Conducting A Discipline Interview	(101)
Lesson Six	(104)
Text A The Positive Side Of Guest Complaints	(104)
Text B Dialogue: Handling Complaints	(121)

Part II Tourism

Lesson Seven	(124)
Text A Defining And Describing Tourism	(124)
Text B Travel And Tourism Statistics	(139)
Lesson Eight	(144)
Text A Regional: Zation And Tourism Regions	(144)
Text B Club Med	(156)
Lesson Nine	(160)
Text A Tourism Product Presentation	(160)
Text B European Tourism Year	(172)
Lesson Ten	(175)
Text A Tourism Marketing Strategy	(175)
Text B Marketing Strategy: Segmentation Of Compri Hotels	(190)
Lessonn Eleven	(193)
Text A The "New Tourism Revolution"	(193)
Text B The Tourist Trade Contributes Absolutely Nothing To Increasing Understanding Between Nations	(204)
Lesson Twelve	(207)
Text A Tourism Advertising, Public Relations, And Promotional Brochures	(207)
Text B Advertising: Tourism British Columbia	(221)

Part III Leisure, Recreation & Tourism

Lesson Thirteen	(226)
-----------------------	-------

Text A	Satisfaction Measurement In Guided Tours	(226)
Text B	Duties Of A Tour Guide	(242)
Lesson Fourteen		(247)
Text A	The Departing And Arriving Passenger: The International Passenger	(247)
Text B	Problem – Solving: Departing And Arriving International Passenger	(259)
✓ Lesson Fifteen		(265)
Text A	Chinese Cuisine And Styles Of Cooking	(265)
Text B	Famous Chinese Dishes And Dining Customs	(284)
Lesson Sixteen		(292)
Text A	Leisure: Approaches, Descriptions And Definitions	(292)
Text B	Leisure: Its Relationship To Work	(311)
Lesson Seventeen		(320)
Text A	Recreation Theories	(320)
Text B	Recreation : Any Kind Of Satisfying Experience?	(335)
Lesson Eighteen		(338)
Text A	Home – Based Leisure	(338)
Text B	Similarities Between Play, Recreation And Leisure	(353)
References		(357)

Part I

Hotels & Restaurants

Lesson One

TEXT A

How It Started: The Growth of the Hilton Chain

This is the story of Hilton. As with any story, more is involved than just one person or a single company. The Hilton we know today is the end product of a merger between the old Hilton and Statler chains, and the spinoff of Hilton International. Let us start with Conrad Hilton's purchase of a small hotel in Texas, early in this century.

Hilton: Businessman Deluxe

In 1919, Conrad Hilton traveled to Cisco, Texas (east of Abilene), to buy a bank and cash in on the profits of the oil boom then underway. As it turned out, the bank operators wanted too much for their business to suit Hilton. But Cisco was a small town with a great interest that the local rooming houses were prospering.